

ном процессе любого уровня) во многом зависит от такого важнейшего компонента, как коммуникативная компетентность участников взаимодействия, предполагающая умение моделировать адекватные социально-общественным (профессиональным) ситуациям дискурсивные модели, выстраивать стратегии общения, а также прогнозировать последствия речевого взаимодействия и предвидеть возможность коммуникативной неудачи.

Е.И. Конашенко
МГЛУ (Минск)

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ МЕТАФОР В УСТНЫХ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ ТЕКСТАХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

Качество работы переводчика-синхрониста во многом определяется степенью адекватности параллельных текстов, под которыми понимаются текст перевода и оригинала. Основным условием адекватности, по А.Д. Швейцеру, является соответствие между коммуникативной интенцией адресата и коммуникативным эффектом конечного сообщения. Для реализации своего коммуникативного намерения автор исходного сообщения использует весь арсенал вербальных, невербальных и паравербальных средств, не все из которых доступны переводчику в силу специфичности процесса синхронного перевода (заданности темпа речи, извне, дефицита времени, однократного предъявления материала и т.д.). Из вербальных средств наибольшую трудность для синхронного перевода представляют лексические стилистические средства, в первую очередь метафоры.

Данное исследование проведено на материале русско-английских параллельных текстов социально-экономического характера. В ходе исследования было установлено, что в 52% случаев при переводе метафор синхронисты используют метафорические соответствия на языке перевода. Это позволяет сохранить не только образность речи оратора, но и передать его индивидуальную манеру и стиль общения, что иллюстрирует следующий пример из выступления Д.А. Медведева, который анализирует причины и последствия мирового экономического кризиса (завышенные ожидания, дутые отчеты и т.д.): *Возникновение новых пузырей возможно практически на любом рынке. В сегодняшней мировой финансовой системе эти пузыри лопаются так, что сотрясается вся планета* — *An appearance of new bubbles can happen practically at any market. In today's global financial system these bubbles burst in such a way that throw the whole planet into quake*. Данные метафоры не вызывают трудности в понимании, так как многозначность и возможные варианты интерпретации снимаются как самим контекстом сообщения, так и другими факторами коммуникативной ситуации (временем и местом проведения, тематикой форума). Более того, сохранение метафор в тексте перевода позволяют разбавить сухое изложение экономических выкладок, а также эмоционально расположить к себе аудиторию.

В 33% случаев метафоры в переводе текстов выступлений социально-экономического характера вовсе опускаются, но при этом переводчику удастся сохранить коммуникативную интенцию исходного сообщения, что демонстрирует следующий пример: *Гиперинфляция бушевала в невиданных до этого темпах*. — *The*

hyperinflation was taking on enormous proportions. Такого рода переводческие решения возможны в силу избыточности исходного сообщения. Они не только помогают сэкономить время, которое пришлось бы затратить на поиски соответствующего метафорического эквивалента, но и не влекут за собой искажение коммуникативного эффекта и непонимание предметной ситуации сообщения.

В 15% случаев в специальных текстах такого типа переводчик заменяет метафоры на нейтральные лексические единицы. Это не только снижает степень эмоционального воздействия исходного сообщения, но и может привести к потере запланированного коммуникативного эффекта, что ярко иллюстрирует выступление А.В. Кобякова, который, прогнозируя последствия распада СНГ, указывает на то, что «*бизнес сразу, извигаясь, завопит*», что отражено в переводе как «*business will certainly notice it*». В своем выступлении докладчик однозначно подчеркивает негативную и болезненную реакцию бизнес среды на данное событие, что не находит должного отражения в тексте перевода и тем самым искажает запланированный коммуникативный эффект исходного сообщения.

Таким образом, при переводе метафор в текстах социально-экономической направленности необходимо использовать такие переводческие решения, коммуникативный эффект которых будет соответствовать коммуникативному намерению отправителя исходного сообщения.

Ю.И. Кравченко
МГПУ им. И.П. Шамякина (Мозырь)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ PR

Политический PR — это особый тип массовой влиятельной коммуникации, выступающий как средство управления общественным мнением для достижения политических целей. Специфика политического PR заключается в том, что в его основе лежит механизм скрытого речевого воздействия и манипулирования со стороны политического деятеля на избирателя. Таким образом, политический PR есть процесс управления информацией для реализации поставленных целей в рамках политической коммуникативной деятельности.

Речевое поведение в политическом PR рассматривается как речевая деятельность политических субъектов в сфере институциональной коммуникации. Механизм речевого поведения коммуникантов в политическом PR раскрывается через определяющие его коммуникативные стратегии: конвенциональную, презентационную, конфликтную, инвективную и стратегию дискредитации. Каждая из названных стратегий характеризуется определенным набором реализующих её речевых тактик. Данные стратегии и соответственно реализующие их тактики актуализируются на всех уровнях языковой системы, наиболее последовательно на лексическом и синтаксическом уровнях.

Лексическими (лексико-семантическими и лексико-прагматическими) показателями коммуникативных стратегий и тактик, реализованных в речевом поведении в политическом PR, являются преобладание лексики с эмоционально-экспрессивной